



INFORME DE VIAJE
A VENEZUELA (del 07/10/2007 al 17/10/2007)
SOBRE EL CAFE DE BISCUCUY

Jacques Avelino, 15/01/2008



Contenido

Agradecimientos	3
Actividades realizadas y personas encontradas	4
1. Antecedentes y objetivos de la asesoría	6
2. Qué son las Indicaciones Geográficas y qué signos fungen como Indicaciones Geográficas ?	7
2.1. A nivel internacional	7
2.2. En el caso de Venezuela	8
2.3. Marcas o signos específicos para Indicaciones Geográficas ?	9
3. El contenido de una solicitud de IG	9
4. Porqué es importante elaborar una normativa de producción ?	10
5. Qué se necesita para iniciar un proceso de reconocimiento de una IG ?	11
5.1. Un producto de origen con un mercado	11
5.2. Actores de la cadena de producción y comercialización organizados y proactivos	11
5.3. Un sistema que permita un reconocimiento oficial	12
6. Qué hacer cuando la reputación del producto es cuestionable ?	12
6.1. Una reputación con señales de erosión	12
6.2. Una reputación incipiente	13
7. El caso del café de Biscucuy	14
7.1. Fama, calidad y mercado	14
7.2. Aspectos organizativos	16
7.3. Características del área y de las técnicas de producción y transformación	16
7.4. Una Indicación Geográfica para el café de Biscucuy ?	17
8. Qué prioridades para el café de Biscucuy ?	17
9. Diversificar los ingresos de los productores de Biscucuy	18
10. Conclusión	19
Anexo I : Propuesta de actividades para el café de calidad	21
Anexo II : Propuesta de actividades para productos alternativos	23
Anexo III : Propuesta de actividades para servicios hídricos	24

Agradecimientos

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento al Ing. Rubén Gozaine, coordinador de proyectos en la municipalidad de Biscucuy, estado de Portuguesa, el cual se encargó en forma perfecta de la organización de esta gira que nos llevó a recorrer la zona de Biscucuy, a viajar a los estados de Mérida y Zulia, y a Caracas.

Agradezco también al Sr Alcalde de Biscucuy, el Sr Jobito Villegas, por su excelente recibimiento y por habernos prestado todos los medios, especialmente logísticos y humanos, necesarios para la buena realización de la gira.

Finalmente, quisiera agradecer al Servicio de Cooperación y de Acción Cultural de la Embajada de Francia en Venezuela, el cual apoyó las diversas acciones del CIRAD en la zona de Biscucuy desde sus inicios en 2003, y especialmente a sus Agregados de Cooperación Científica y Técnica, primero la Sra Chantal Maccioni y últimamente el Ing. Sylvain Leonard, gracias a los cuales esta gira fue posible.

Actividades realizadas y personas encontradas

- D. 07/10/2007** San José, Costa Rica - Caracas en avión
- L. 08/10/2007** Encuentro con **Sylvain Leonard**, Agregado de Cooperación Científica y Técnica de la Embajada de Francia en Venezuela
- Caracas - Barinas en avión
Recibimiento por **Rubén Gozáine** de la municipalidad de Biscucuy, coordinador de proyectos en la zona cafetalera de Biscucuy
- Barinas - Biscucuy por tierra
Entrevista con **Jobito Villegas**, Alcalde de Biscucuy, municipio de Sucre
Visita de la unidad de beneficiado ecológico de la Asociación Santa Lucía, Asocsanluc, de la parroquia de Villa Rosa. Entrevista con **Antonio Briceño**, Presidente de Asocsanluc.
Entrevista con **Alirio Pérez**, productor y tesorero de la recién fundada cooperativa “Grano de Oro” y con **Félix Alzuru**, productor de la misma zona, participante al programa “Grano de Oro”
Visita de la Escuela técnica de agricultura Robinsoniana Zamorana Crisanto Lacruz en Guayabital, parroquia de Biscucuy, con **Silvia Barazarte**, profesora de la escuela
Participación en el programa radial animado por **Jobito Villegas**, alcalde de Biscucuy: Programa Covalonga Radial
Visita de la cooperativa Cooper-Paraíso, en Chabasquén, municipio de Unda, con **Ali Rodríguez**, presidente
- M. 09/10/2007** Visita de la unidad de beneficiado ecológico de la Asociación La Fundadora, en Hierba Buena, parroquia Cerro Saguaz, con **Giovanni Moreno**, Presidente
Entrevista con **José Zacarías Catire** y **Julián Torrialba**, productores de la zona
Visita del laboratorio de catación en las instalaciones de la PACCA Sucre (Productores Asociados de Café Sucre, C.A.) con **Aracelys López**
- Biscucuy – Barinas por tierra
Entrevista con **Yves Lesenfans** de Terrandina
- Barinas – Biscucuy por tierra
- M. 10/10/2007** Charla sobre la calidad y las Indicaciones Geográficas en las instalaciones del IMDEL (Insituto Municipal de Desarrollo Económico Local) en Biscucuy con empleados del IMDEL y productores
Reunión con técnicos del IMDEL para definir acciones por implementar en el proyecto de Café de Biscucuy

- J. 11/10/2007** Biscucuy – Guanare por tierra
Charla sobre la calidad y las Indicaciones Geográficas en las instalaciones de Gobernación en Guanare, con empleados del Plan Café incluyendo a su coordinadora, **Xenia Briceño**
- Guanare – Biscucuy por tierra
- V. 12/10/2007** Redacción de informe
Participación en evento de la alcaldía en el día de la raza (feriado)
Entrevista con **Vicente Pérez** en Chabasquén, Director de Fedeagro, Confederación Nacional de Asociaciones de Productores Agropecuarios
- S. 13/10/2007** Redacción de Informe
- D. 14/10/2007** Biscucuy – Mérida por tierra
Entrevista con **Astrid Uzcátegui**, especialista en propiedad intelectual, profesora e investigadora de la Universidad de Los Andes
- L. 15/10/2007** Entrevista con **Alvaro Gómez**, especialista en cacao del INIA (Instituto de Investigaciones Agrícolas) Mérida
- Mérida – Zulia por tierra
Visita de la estación local Chama, Estado de Zulia
Entrevista con **Raisa Rumbos**, especialista en enfermedades del cacao, INIA Zulia
- Zulia – Mérida por tierra
Visita del campo experimental de San Juan Lagunilla con **Alvaro Gómez**
- M. 16/10/2007** Mérida - Cararas en avión
Reunión de síntesis en la Embajada de Francia con **Jean-Pierre Lahaye**, Consejero de Cooperación y de Acción Cultural de la Embajada de Francia, **Sylvain Léonard**, Agregado de Cooperación Científica y Técnica de la Embajada de Francia, **Estrella Marciano**, Asistente, **Isabel Balcazar**, Especialista del IICA (Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola), Mariyuli Ortiz, Directora de Línea del Ministerio de Planificación y Desarrollo, **Pedro Surmai** del Ministerio de Planificación y Desarrollo, **Lisbeth Chacón**, analista de administración de la CAF (Corporación Andina de Fomento), **Rubén Gozaine**, de la municipalidad de Biscucuy
Entrevista con **Germán Briceño**, Presidente del Instituto de Políticas Agrícolas de Fedeagro
Entrevista con **Julio Hernández**, especialista de propiedad intelectual del Ministerio de Agricultura y Tierra
Entrevista con **Jean-Paul Coupal**, torrefactor
- M. 17/10/2007** Caracas – San José, Costa Rica en avión

1. Antecedentes y objetivos de la asesoría

El apoyo del CIRAD y de la Embajada de Francia al proyecto Café de la alcaldía de Biscucuy, estado de Portuguesa, inició con dos visitas de **Bertrand Sallée** en 2003 y 2004. De estas asesorías surgieron las propuestas de desarrollar una cadena de café de calidad en Biscucuy y de explorar diferentes signos de diferenciación como el orgánico, el comercio justo, la Indicación Geográfica, con el fin de acceder a nichos de mercado y agregarle valor al producto.

En 2004, **Audrey Guyot**, estudiante del CNEARC, con la asesoría de Bertrand Sallée, desarrolló un estudio de la cadena del café en Biscucuy. Su trabajo evidenció especialmente un déficit de equipo de beneficiado a nivel de pequeños productores los cuales no podían procesar su café de manera adecuada y por lo tanto obtener un producto de calidad. En 2007, 5 **unidades de beneficiado ecológico** fueron instaladas estratégicamente en el municipio de Sucre a través de la alcaldía de Biscucuy con el fin de apoyar a estos pequeños productores. Estas unidades empezarán a funcionar en la cosecha 2007-2008.

A raíz de las asesorías de **Bertrand Sallée** se implementó, a partir de la cosecha 2004-2005, el programa “**Grano de Oro**” el cual consiste en aplicar unas reglas estrictas de cosecha y beneficiado con el fin de obtener un producto final de calidad. Esta propuesta se justificaba por el hecho que las etapas de cosecha y beneficiado eran generalmente descuidadas en la zona de Biscucuy. El programa va por su cuarto año con resultados desiguales, dependiendo de los años, en precios obtenidos y número de integrantes. La experiencia, sin embargo, es claramente exitosa desde el punto de vista técnico. Los participantes del programa saben cuidar la cosecha y el beneficiado del café. Ultimamente, 12 integrantes del programa conformaron una cooperativa que lleva el nombre de “Grano de Oro”.

En 2005, se capacitó en el CIRAD, en Montpellier, Francia, a **Aracelys López** sobre el análisis sensorial. Gracias a esta capacitación, se cuenta hoy en Biscucuy con una persona apta para caracterizar el café de Biscucuy y para implementar un control de calidad del producto. Esta especialista se está haciendo cargo del moderno laboratorio de análisis sensorial ubicado en Biscucuy, adquirido gracias a un fondo del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Se aprovechó esta capacitación para empezar la caracterización de 24 muestras de café de Biscucuy con el apoyo de **Fabienne Ribeyre** del CIRAD. No se detectaron graves problemas de poscosecha en la taza lo cual significa que esta etapa de transformación fue bien controlada. Algunas muestras presentaron un buen perfil de taza, pero la mayoría fue solamente de calidad regular. Esto fue confirmado durante la asesoría de **Jean-Jacques Perriot** del CIRAD realizada en 2006 sobre el tema de la calidad.

En 2005, se contó con la asesoría de **Bernard Bridier** del CIRAD y de **Jean-Christian Tulet** del CNRS los cuales analizaron las condiciones jurídicas nacionales para el registro de Indicaciones Geográficas (en adelante IG) y las condiciones socioeconómicas para la construcción eventual de una IG para el café de Biscucuy. Se recomendó que la alcaldía siguiera apoyando el joven programa “Grano de Oro” hasta que éste llegue a su madurez y sirva de base para la construcción de una futura IG.

La presente asesoría se realizó a solicitud de la municipalidad de Biscucuy. Los objetivos eran de (i) orientar la iniciativa de reconocimiento de una IG para el café de Biscucuy, dos años después de la visita de **Bernard Bridier** y de **Jean-Christian Tulet**, tomando en cuenta los nuevos acontecimientos que sucedieron en esos dos años y (ii) plantear propuestas para el desarrollo sostenible de la caficultura de esa zona.

En este informe se presentan primero algunos conceptos generales sobre las IG antes de analizar el caso especial del café de Biscucuy.

2. Qué son las Indicaciones Geográficas y qué signos funcionan como Indicaciones Geográficas ?

Las IG permiten la protección de nombres de región. Son signos distintivos que diferencian los productos a través de la mención de su región de producción. Estos signos han comprobado ser útiles en el caso de muchos productos agroalimentarios, especialmente los vinos, los licores y los quesos. El Champagne, el Cognac, el Tequila, el Camembert de Normandie son ejemplos de IG exitosos. Esos signos van más allá de la simple mención del origen; **son verdaderos signos de calidad.**

2.1. A nivel internacional

El artículo 22.1 del acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre los Aspectos de la Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), que entró en vigor en 1995, define las IG como indicaciones que identifican “...*un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.*” La IG es, por lo tanto, mucho más que una simple Indicación de Procedencia (el clásico *made in...*) que no indica ningún vínculo entre la región de producción y las características del producto. Para que un nombre de región sea susceptible de ser protegido por una IG, la reputación, o una calidad o característica del producto por señalar con la IG, debe derivar del origen geográfico. **Se puede decir que la IG es una Indicación de Procedencia calificada.**

Dentro de las IG, existe un caso especial que es la Denominación de Origen (DO). Según el artículo 2 del Arreglo de Lisboa, relativo a la Protección de las DO y su Registro Internacional (1958), se entiende por DO “...*la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos.*” **La DO es por lo tanto una IG exigente** ya que el origen, en este caso, debe explicar fuertemente la totalidad de la calidad o las características del producto y no solamente una calidad o una característica como se menciona en la definición de la IG.

A nivel internacional, el concepto reciente de IG incluye el concepto antiguo de DO. El concepto de IG es además, en cierta forma, el más aceptado a nivel internacional ya que son 151 países los miembros de la OMC (julio del 2007; Venezuela es miembro de la OMC desde 1995)

que deben respetar los acuerdos ADPIC donde se define lo que es una IG mientras que sólo son **26 países los signatarios del Arreglo de Lisboa relativo a las DO (abril del 2007)**. Es interesante señalar que entre los países signatarios de este arreglo se encuentran cinco países latinoamericanos: Costa Rica, Cuba, México, Nicaragua y el Perú.

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *“el hecho que un signo desempeñe la función de IG depende de la legislación nacional”*. Europa, por ejemplo, ha creado un signo específico que se apeg a la definición de la IG. Se trata de la Indicación Geográfica Protegida (IGP). Este signo coexiste con el signo de la Denominación de Origen Protegida (DOP) el cual se apeg a la definición del Arreglo de Lisboa. Queda claro que ambos signos son IG en el sentido de los ADPIC. Otras modalidades de registrar IG pueden existir. **En Estados Unidos, una marca de certificación puede fungir como IG**. El queso Roquefort, por ejemplo, el cual está registrado en Francia como DO, está registrado en Estados Unidos, como marca de certificación. **En Sudafrica, la marca colectiva es el signo privilegiado para proteger las IG**. Los países centroamericanos, por su lado, han elaborado primero unas legislaciones centradas en la DO. A raíz de los tratados de libre comercio con Estados Unidos, algunas modificaciones a las legislaciones han tenido que hacerse. Así es como en Honduras, por ejemplo, es posible hoy registrar una IG, en el sentido de los ADPIC, a través de una DO o a través de una marca.

2.2. En el caso de Venezuela

Según la Decisión 486 (01 de diciembre de 2000) del Régimen Común sobre Propiedad Industrial de la Comunidad Andina, todavía vigente en Venezuela a pesar del retiro de ese país de la Comunidad Andina en abril del 2006, las Indicaciones Geográficas se dividen en Denominaciones de Origen e Indicaciones de Procedencia (Título XII). En el sentido de los ADPIC, la DO es efectivamente una IG. No así la Indicación de Procedencia, la cual señala solamente el origen de un producto sin que esto implique necesariamente algo en cuanto a su calidad o reputación. Se puede decir que mientras **para los ADPIC, todas las IG son Indicaciones de Procedencia (especiales), para la Comunidad Andina es al revés: todas las Indicaciones de Procedencia son Indicaciones Geográficas**. Esta diferencia de sentido, crea ciertamente confusión. En adelante se usará el término de IG en el sentido de los ADPIC únicamente.

La Decisión 486 define además la DO, la marca colectiva y la marca de certificación:

“Se entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.” (artículo 201)

“Se entenderá por marca colectiva todo signo que sirva para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios pertenecientes a empresas diferentes y que lo utilicen bajo el control de un titular.” (artículo 180)

“Se entenderá por marca de certificación un signo destinado a ser aplicado a productos o servicios cuya calidad u otras características han sido certificadas por el titular de la marca.”
(artículo 185)

De lo anterior, se entiende que una IG podría registrarse a través (i) de una marca colectiva (la definición hace referencia explícitamente al origen del producto y a sus características) (ii) de una marca de certificación (la definición hace referencia a la calidad y a las características del producto; podría incluirse el origen en el reglamento de la marca) (iii) de una DO (el signo privilegiado en Europa).

Hay que señalar que el retiro de Venezuela de la Comunidad Andina genera ciertas dudas en materia de protección de las IG en ese país. Un proyecto de Ley de Propiedad Industrial está actualmente en estudio en Venezuela y se espera que la Ley contenga un Título o Capítulo sobre IG.

2.3. Marcas o signos específicos para Indicaciones Geográficas ?

Como se pudo apreciar, son varios los signos que funcionan como IG a nivel internacional. Dos comentarios pueden hacerse al respecto:

(i) El hecho que haya una diversidad de signos que desempeñan el papel de IG a nivel internacional, no significa que todos esos signos deban reconocerse como posibles formas de registrar una IG en la legislación nacional. En realidad, la multiplicación de signos para señalar una misma cosa genera confusión, especialmente en el comprador. La ventaja que tienen los sistemas europeo o estadounidense, a pesar de ser muy diferentes, es que las reglas son relativamente claras en materia de protección de las IG: hay IGP y DOP, por un lado, y marcas de certificación por el otro.

(ii) El proteger una IG a través de una marca o de una DO tiene implicaciones diferentes :

- **Si se hace a través de una marca es admitir que la IG es de derecho privado (aunque colectivo).** El titular de la marca no está obligado a aceptar nuevos socios aunque éstos cumplan los requerimientos de origen o calidad. Adicionalmente, la marca puede venderse y llegar a manos de personas que pueden tener intereses diferentes por el producto y por el territorio.

- **Si se hace a través de una DO es admitir que la IG es de derecho público.** En Francia o en México por ejemplo, el propietario de la DO es el Estado. El usuario tiene de alguna forma el usufructo de la DO, pero el origen no le pertenece y por lo tanto no se puede vender. Cualquier persona que cumpla con el pliego de condiciones y que lo solicite puede integrar la DO.

3. El contenido de una solicitud de IG

La larga tradición del uso de las IG en Europa explica que los países que están incursionando el tema se refieran muchas veces a lo que se hace en ese continente. Desde este punto de vista, el

reglamento europeo N°2081/92 relativo a la protección de las DOP e IGP de los productos agrícolas y agroalimentarios es interesante. Este estipula en su artículo 4 las condiciones que deben cumplir las solicitudes de DOP e IGP. El pliego de condiciones debe contener al menos los elementos siguientes:

- el nombre del producto y el nombre de región que se quiere proteger;
- la descripción del producto, sus características físicas, químicas, microbiológicas, organolépticas;
- la delimitación del área geográfica de procedencia del producto;
- la descripción del método de obtención del producto : la normativa de producción;
- los factores que acrediten el vínculo con el origen del producto;
- las referencias relativas a la(s) estructura(s) de control;
- los elementos del etiquetado;
- los posibles requisitos que deban cumplirse de acuerdo a disposiciones comunitarias y/o nacionales.

A partir de este listado se puede entender que **la elaboración de una DOP o una IGP requiere de un profundo trabajo técnico. Se comprueba que la DOP e IGP son signos de calidad, pues señalan un producto con características especiales, obtenido a través de un proceso normado y procedente de un área geográfica bien definida que le confieren esas características.** Uno de los puntos más importantes del pliego de condiciones es seguramente el punto 5. Este consiste en demostrar que existe **un vínculo entre el origen y el producto**, su calidad o su reputación. La falta de vínculo objetivo es un motivo importante de rechazo de registro de DOP e IGP.

La Decisión 486 del Régimen Común sobre Propiedad Industrial de la Comunidad Andina en su artículo 204 sobre las DO, es menos precisa. Particularmente, **no hay ninguna referencia al método de obtención del producto, o a la normativa de producción, ni a la necesidad de una estructura de control.** Tampoco hay referencia al vínculo origen-producto, aunque a través de la definición de la DO (ver más arriba) se entiende que dicho vínculo debe existir.

“La solicitud de declaración de protección de una denominación de origen se hará por escrito ante la oficina nacional competente, debiendo indicar:

- a) nombre, domicilio, residencia y nacionalidad del o los solicitantes, así como la demostración de su legítimo interés;*
- b) la denominación de origen objeto de la declaración;*
- c) la zona geográfica delimitada de producción, extracción o elaboración del producto que se designa con la denominación de origen;*
- d) los productos designados por la denominación de origen; y,*
- e) una reseña de las calidades, reputación u otras características esenciales de los productos designados por la denominación de origen.”*

4. Porqué es importante elaborar una normativa de producción ?

La calidad es el resultado de una secuencia de etapas. Se inicia con el ambiente. En las etapas intermedias interviene la planta, su funcionamiento. Vienen después la cosecha, los tratamientos

poscosecha, la torrefacción. Se termina con la preparación de la bebida. **Cada etapa le confiere al producto un potencial de calidad, el cual puede ser aprovechado o no en la etapa siguiente dependiendo del accionar del actor.** El accionar es evidente en las etapas de transformación del producto. Pero las acciones son también posibles en etapas anteriores, y especialmente a nivel de campo: la variedad, la sombra, la fertilización, el control de plagas etc... son factores que tienen la capacidad de afectar la calidad del producto. Por lo tanto, aunque el origen esté a la base de la calidad, para alcanzarla no se puede descuidar ninguna etapa del proceso de producción. Esto explica que se requiera de un método de obtención del producto en el pliego de condiciones de una IG en Europa.

En el signo de la DO se considera, incluso, que los factores humanos (las prácticas por ejemplo) son parte integrante del origen. En efecto, las prácticas que se mantienen a lo largo del tiempo en un medio son aquellas que están adaptadas a ese medio. Esto es especialmente el caso de las variedades, adaptadas a un tipo de suelo, de clima etc...Esas prácticas que derivan de las características del ambiente, son por lo mismo indisociables del origen.

5. Qué se necesita para iniciar un proceso de reconocimiento de una IG ?

Simplificando, para iniciar un proceso de reconocimiento de una IG, es necesario contar con un producto de origen posicionado en el mercado, unos actores de la cadena de producción y comercialización organizados y proactivos, y un sistema que permita un reconocimiento oficial.

5.1. Un producto de origen con un mercado

El tener un producto con reconocimiento en el mercado es indispensable (Figura 1, caso II). Esto se debe a tres razones principales:

- El tener un reconocimiento, es decir un premio en el mercado, **permite la inversión** que requiere la elaboración de una IG (elaboración del pliego de condiciones, constitución de una entidad representativa que administre la IG, etc...) y su manejo (funcionamiento de la entidad de administración, implementación del control, etc...).
- Si el nombre es famoso, seguramente será el objeto de **intentos de usurpación**. La IG permitirá proteger ese nombre en contra de esos intentos.
- La elaboración de la normativa de producción y la definición de los límites del área geográfica serán relativamente fáciles. Pues si el producto goza de buena reputación en el mercado y es de buena calidad, esto significa que lo que se está haciendo para producirlo está bien hecho. **El trabajo de elaboración del pliego de condiciones consistirá esencialmente en documentar los métodos de producción utilizados y la procedencia real del producto. No habrá que inventar nada. Por esta razón se dice que las IG (en especial las DO) no se crean sino que se reconocen.**

5.2. Actores de la cadena de producción y comercialización organizados y proactivos

El desarrollo y manejo de una IG es un proceso colectivo y participativo. Esto se facilita cuando hay bases organizativas en la región.

- Los agentes que tienen un papel en la elaboración de la calidad del producto deben participar activamente en la construcción del pliego de condiciones. En efecto, las reglas que éstos tendrán que cumplir para tener derecho a la IG son en gran medida auto-impuestas. El pliego de condiciones es el resultado de discusiones y negociaciones entre los diferentes actores. Las negociaciones son especialmente importantes cuando la IG reúne a actores con diferentes papeles (por ejemplo productores de café cereza y beneficiadores) ya que cada parte tendrá exigencias para con la otra. **La idea es lograr un pliego de condiciones que permita la obtención de un producto de calidad y agrupe a la mayor cantidad de actores posible.**
- El accionar colectivo no termina con el reconocimiento de la IG. Todo lo contrario, **los actores tendrán que organizarse para administrarla y hacer cumplir el pliego de condiciones.** Esa organización, clave para la existencia de la IG, se denomina “Consejo Regulador” en España o en México, y “Sindicato de Productores” en Francia.

5.3. Un sistema que permita un reconocimiento oficial

El tener **un reconocimiento oficial claro y inconfundible** es especialmente importante para un producto con IG, porque el comprador y el consumidor de ese producto viven generalmente en regiones o países muy alejados de los lugares de producción (caso del café) y no podrán verificar por sí mismos ni la procedencia del producto ni los métodos de producción utilizados. Estos necesitarán de ese reconocimiento oficial para poder confiar. El reconocimiento oficial, el cual es responsabilidad del país de origen del producto, se basa sobre **un marco legal** que permite el registro y define los requisitos para ello. Requisitos importantes que le dan credibilidad al reconocimiento oficial son los **requisitos técnicos** (por ejemplo, cómo se valida una solicitud desde el punto de vista técnico?) así como las **modalidades del control del pliego de condiciones**.

6. Qué hacer cuando la reputación del producto es cuestionable ?

6.1. Una reputación con señales de erosión

Como se mencionó en el párrafo anterior, el caso ideal para el reconocimiento de una IG es cuando el producto y la región de producción gozan de una fama indiscutible. Sin embargo, este caso no es el más común. Muchas veces, se inician procesos de reconocimiento de IG cuando hay señales de erosión de la fama (Figura 1, caso III). Cuando esto sucede, puede significar que existen imitaciones en el mercado que desprestigian el producto original. También puede significar que algún cambio en el proceso de producción y/o transformación intervino en la zona de producción afectando negativamente las características originales del producto. Puede que se estén aplicando nuevas prácticas indeseables, como por ejemplo el uso de una variedad inadecuada o un cambio profundo del sistema de cultivo, puede que la zona de producción se haya extendido a otras zonas con características diferentes, etc...Para estos casos, la elaboración del pliego de condiciones es más complicada. Pues el documentar los métodos de producción utilizados y la procedencia real del producto no son suficientes. **Se tendrán que identificar las razones que explican la erosión de la fama del producto, y plasmar en el pliego de**

condiciones los reajustes de los métodos de producción o del área de producción que son necesarios para restaurar la calidad.

Si los reajustes se hacen necesarios, es porque una parte importante (aunque posiblemente minoritaria) de los actores no cumplen con lo que es requerido para obtener el producto característico de la región por proteger. Las negociaciones serán por lo tanto complicadas y tal vez conflictivas, lo cual podrá entorpecer el proceso.

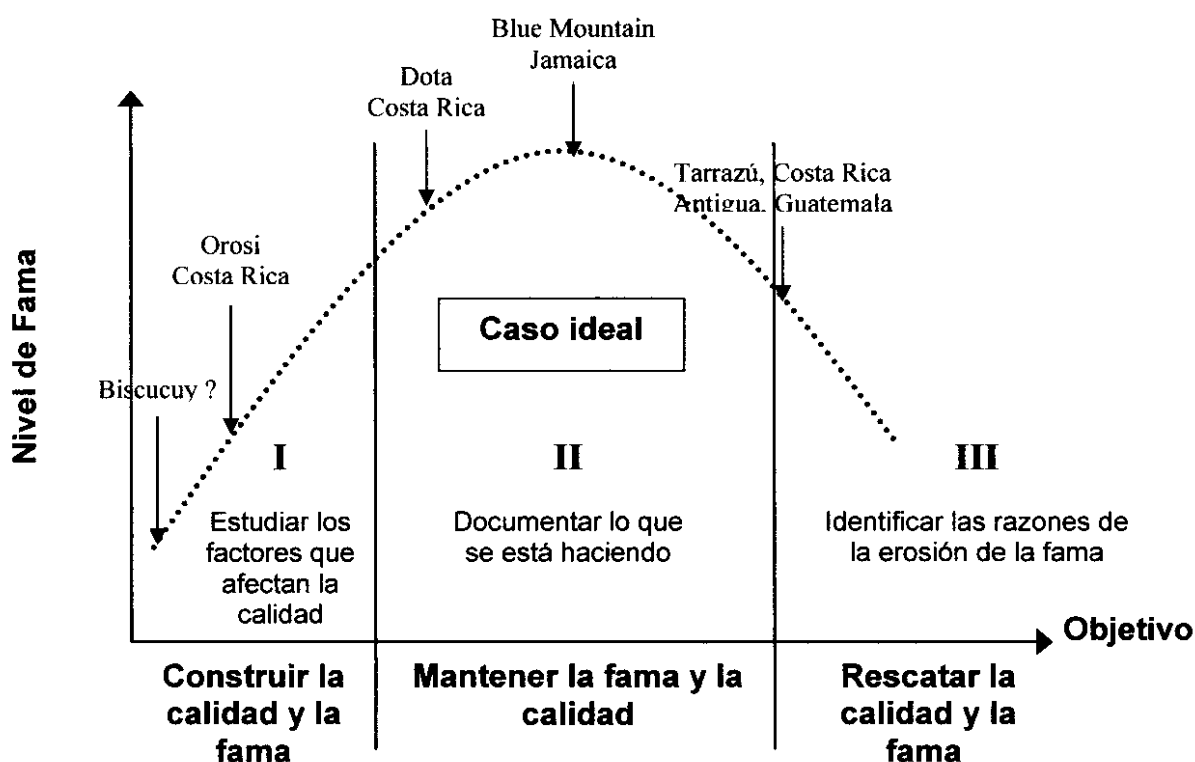


Figura 1. Algunas estrategias posibles para la construcción de una Indicación Geográfica en función del nivel de fama y del objetivo

6.2. Una reputación incipiente

Son varias las razones que pueden explicar que un producto y su zona de producción pasen de ser desconocidos a tener cierto reconocimiento en el mercado (Figura 1, caso I). Entre estas razones se encuentra el mejoramiento de la calidad. Generalmente, al inicio, este mejoramiento es el resultado de iniciativas que suelen ser aisladas dentro de la zona de producción: los volúmenes producidos son relativamente pequeños y son pocos los actores involucrados en esa nueva estrategia de calidad. Esto significa que a pesar de que la zona tenga el potencial para lograr un producto de calidad, la mayoría de los actores de la zona no lo está alcanzando, posiblemente por problemas en el proceso de producción y/o porque la zona es ambientalmente heterogénea. **En estos casos, un eventual pliego de condiciones se volvería muy excluyente. Hay que recordar que los actores que no cumplen con el pliego de condiciones, o sea porque no están en el**

área protegida (abajo de cierto nivel altitudinal por ejemplo), o sea porque no cumplen con la normativa de producción (una variedad inadecuada por ejemplo) no podrán usar el nombre de la región protegida para comercializar su producto ! Si hay mucha heterogeneidad, eso significa probablemente que la zona no está en condiciones para lograr a breve plazo una IG (ver también los puntos 5.1. y 5.2.). Hay que procurar primero (i) que la calidad se estabilice, es decir que no tenga grandes altibajos debido a procesos u orígenes mal controlados (ii) que cada vez más actores se unan a la estrategia de producir calidad y (iii) que se consolide el mercado. En este proceso, el investigar los factores que inciden en la calidad, tanto desde los puntos de vista ambiental como técnico, puede ayudar a entender como mejorar la calidad del producto en la región y promover paulatinamente los cambios que aparezcan necesarios.

7. El caso del café de Biscucuy

La gira realizada permitió hacerse una idea de las fuerzas y debilidades del café de Biscucuy en el camino hacia el desarrollo de una IG tomando en cuenta criterios como fama, calidad, mercado, aspectos organizativos, y características del área y de las técnicas de producción.

7.1. Fama, calidad y mercado

La buena aceptación del café de Biscucuy, por parte de los visitantes de las diferentes ferias gastronómicas a las cuales este producto participó, tiende a demostrar que **el café de Biscucuy puede alcanzar un buen nivel de calidad** y que hay un mercado en Venezuela para ese tipo de café. Sin embargo, es evidente que **el café de Biscucuy no goza de una fama muy grande** y no queda claro si alguna vez en su historia el producto alcanzó cierto reconocimiento en el mercado.

Las primeras iniciativas de producción de café de calidad parecen ser efectivamente muy recientes. La experiencia “Grano de oro” data de la cosecha 2004-2005 solamente. Hay que señalar también otras iniciativas de producción de café de calidad que se están sumando a esta experiencia. Gracias a la alcaldía de Biscucuy, se financiaron cinco unidades de beneficiado ecológico para cinco grupos organizados de productores (cajas rurales), que no tenían estructura de beneficiado a su alcance, lo que les permitirá procesar su café (y el café de otros productores) de la mejor forma a partir de la cosecha 2007-2008. Está previsto instalar seis unidades más a partir de la cosecha 2008-2009. **Pero, por ser recientes, estas iniciativas son todavía necesariamente modestas en cuanto al número de productores que están involucrados** (unos 150) y a los volúmenes producidos. En realidad, este café no es representativo de la zona. La gran mayoría de los más de 4000 productores del municipio de Sucre, sigue produciendo un café, en general, de calidad mala o mediocre, especialmente por las prácticas deficientes de cosecha y beneficiado (ver Fotos 1 a 3). El raspado de las bandolas para cosechar el café (maduro y verde junto) está casi generalizado.

El mercado no está consolidado. A pesar de haberse mejorado la calidad, gracias a la cosecha de café exclusivamente maduro y al beneficiado por la vía húmeda, los resultados obtenidos han sido desiguales en cuanto a precios. Después de un primer año alentador con precios alcanzados de 400 000 Bolívares (1 US \$ equivale a 2150 Bolívares desde marzo 2005 al cambio oficial), no se cumplió la única promesa de compra para la cosecha 2005-2006, y la venta

de la cosecha 2006-2007 todavía no ha terminado debido a las dificultades encontradas para conseguir compradores que ofrezcan buenos precios.



Foto 1. El porcentaje de frutos inmaduros cosechados es muy alto



Foto 2. Los vehículos pasan sobre el café que se seca en las calles de Biscucuy



Foto 3. Café seco mezclado: gran porcentaje de cerezas y de defectos

Hay que reconocer que la producción de un café de calidad es una tarea difícil en Venezuela por limitaciones en el mercado:

- **No se puede exportar el café**, al menos no mientras no se satisfaga la demanda interna, ya que el café es un producto importante de la canasta básica del Venezolano. Por lo tanto es imposible incursionar las cadenas internacionales de comercialización de café de calidad o de cafés especiales a través de las cuales se valoriza este tipo de producto. **Hay que señalar, sin embargo, que hay casos de exportación de café tostado en grano** (sería interesante averiguar cuales son los permisos necesarios para acceder a ese mercado).
- Con el fin de ayudar al sector productor, **el precio del café oro está regulado: 288 000 Bolívares mínimo por quintal para la mejor categoría (250 000 Bolívares para el natural corriente)**. Con el objetivo de limitar la inflación y de ofrecerle al consumidor un café a un precio asequible, **el precio de café tostado en todas sus presentaciones está regulado: 11 850 Bolívares máximo por kg (lo que equivale a aproximadamente 400 000 Bolívares máximo por quintal oro)**. El margen entre el precio mínimo del café oro y el precio máximo del café tostado es extremadamente estrecho. **Esto, evidentemente, desestimula las inversiones para producir café de calidad** ya que el costo adicional, que su producción genera, supera frecuentemente el premio que se puede ofrecer. **Es interesante mencionar que algunos cafés tostados logran escapar al precio regulado: es posible encontrar en el mercado cafés tostados que se venden a más de 30 000 Bolívares el kg.**
- Un aspecto alentador en este panorama complicado: el precio al detalle no está regulado. **En el mismo pueblo de Biscucuy, la taza pequeña se vende en 800 Bolívares, o sea aproximadamente 115 000 Bolívares por kg, dejando así una oportunidad de valorizar un café de calidad siempre y cuando se logre comercializar ese café al detalle en cafeterías.**

7.2. Aspectos organizativos

El tejido organizativo en el área de Biscucuy es muy rico. Existen organizaciones de diferentes niveles: asociaciones que agrupan a un gran número de socios como APROCARGA (Asociación de Productores Cafetaleros Argimiro Gabaldón, 1700 socios) y la PACCA Sucre (Productores Asociados de Café Compañía Anónima Sucre, 1600 socios), varias cooperativas (entre ellas la recién formada cooperativa “Grano de Oro” con sus 12 socios fundadores), cajas rurales (algunas decenas de productores por caja) etc... Además, se está constituyendo una asociación civil, que agrupa a los diferentes actores comerciales de la cadena del café de Biscucuy, así como actores institucionales y académicos.

La presencia en el municipio de Sucre de múltiples organizaciones vinculadas al productor, con papeles en la producción y/o procesamiento y/o comercialización del café es ciertamente una ventaja hacia el reconocimiento de una IG. Pues el tener unos cuantos interlocutores representativos de toda la cadena de producción y de comercialización facilita necesariamente el proceso participativo que requiere la elaboración del pliego de condiciones y la administración de la IG (ver punto 5.2.).

7.3. Características del área y de las técnicas de producción y transformación

La zona de producción de la zona de Biscucuy es relativamente variada, y por lo tanto la calidad del producto también ha de variar. El rango altitudinal es amplio (de 600 a 1400 m aproximadamente) y las técnicas de producción son diversas. Hay café bajo sombra y café al sol. **Hay variedades tradicionales de porte alto como el Typica o el Borbón de gran valor cualitativo** y variedades de porte bajo como el Caturra o el Catuaí derivadas del Borbón y del Typica. Hay incluso variedades de la familia de los Catimores, como la variedad Colombia, es decir genotipos procedentes del cruce entre el Caturra y el Híbrido de Timor (un híbrido entre *Coffea arabica* y *C. canephora*), resistentes a la roya del café (*Hemileia vastatrix*), muy productivos pero también muy exigentes en nutrientes. Los Catimores son además conocidos por dar un café con características sensoriales muy diferentes (valores de acidez generalmente inferiores). **Importadores han señalado que la erosión de la fama del Café de Colombia se debe al uso generalizado de esta variedad en ese país.** Generalmente, el uso de este material no es compatible con la estrategia de producción de café de alta calidad.

La productividad es baja, alrededor de 10 quintales oro / ha, lo cual podría ser una ventaja: se sabe que a menor productividad hay mejor calidad, siempre y cuando esa baja productividad no se deba a un manejo deficiente. En el caso de Biscucuy, sin embargo, **hay evidentes problemas nutricionales, de falta de poda, de material vegetal viejo que podrían incidir negativamente en la calidad...** Este manejo deficiente es probablemente el resultado de un **déficit de asistencia técnica y también de una falta de recursos del productor.**

A nivel de beneficiado, los equipos son muy desiguales, lo cual incide en la calidad obtenida. Los problemas más mencionados son: falta de mantenimiento de las despulpadoras, secado mal controlado, falta de higiene en los beneficios, almacenamiento en condiciones inadecuadas. Hay también un déficit de equipamiento especialmente a nivel del beneficio seco. Muchos productores no tienen infraestructura para el secado y deben contratar el servicio, con posibles degradaciones de la calidad entre el lavado y el secado.

7.4. Una Indicación Geográfica para el café de Biscucuy ?

Por lo observado y expuesto en los puntos anteriores, el café de Biscucuy podría posiblemente catalogarse dentro del caso I de la Figura 1, para el cual la IG debería considerarse solamente como una opción de largo plazo (ver punto 6.2.). El trabajo debe enfocarse primero hacia el posicionamiento del producto en el mercado nacional o incluso internacional (si se puede exportar café tostado y/o se reanudan las exportaciones de café verde). El posicionamiento en el mercado internacional pasará necesariamente por el mejoramiento de la calidad del producto. Para el mercado nacional, el mejoramiento de la calidad seguramente no será suficiente (ver puntos 8. y 9.)

8. Qué prioridades para el café de Biscucuy ?

Al visitar la zona cafetalera de Biscucuy salta a la vista que **la situación económica del productor, muy centrada en el cultivo del café, es difícil**. En promedio el productor tiene 2.7 ha de café, y con los rendimientos que se alcanzan, éste difícilmente puede vivir de su producción. Los productores señalan a menudo dificultades por cubrir sus costos, a pesar del precio mínimo por quintal oro de 288 000 Bolívares, poco más de 130 \$ al cambio oficial, el cual es muy elevado en apariencia (en realidad, no pasa de los 60 \$ al cambio del mercado paralelo), y a pesar de que los costos de la cosecha, uno de los rubros más costosos con la fertilización a nivel de campo, se reducen generalmente a lo mínimo (una sola pasada por año). La difícil situación económica del productor, que no es reciente, lo ha llevado frecuentemente a deforestar para sembrar cultivos anuales, lo cual ha desembocado sobre problemas de erosión en estas zonas montañosas sensibles e inundaciones en los bajos.

La situación económica del productor de la zona de Biscucuy podría mejorarse a través de un **incremento del precio regulado del café oro**. Es un asunto evidentemente muy político y posiblemente difícil de lograr ya que eso significaría también un incremento al precio del café tostado, lo que no sería fácilmente aceptado por sus consecuencias sobre la inflación. La situación económica del productor podría mejorarse más razonablemente a través **del incremento de la productividad**. Esto debería lograrse, sin mucha inversión, razonando la fertilización (con base al análisis de suelo), manejando el tejido vegetativo (podas de rejuvenecimiento), renovando el material demasiado viejo (por materiales de calidad igual o mejor que los anteriores). **Parece importante reforzar la asistencia técnica en estos campos**.

El mejoramiento de la situación económica del productor pasa seguramente también por **una diversificación amplia de sus actividades y productos de tal forma** que éste no dependa tanto de un café de base mal remunerado. Opciones de diversificación podrían ser:

a) Café de calidad

La producción de café de calidad y su valorización suponen cambios profundos a nivel de manejo, cosecha y poscosecha, así como a nivel de las estrategias de mercado, que tienen mucho que ver con un proceso de diversificación. El fin de esta diversificación sería, primero, de abastecer un mercado nacional de café de calidad, y posteriormente un mercado internacional,

cuando se reanuden las exportaciones. Para el mercado nacional, será necesario diversificar las actividades y llegar hasta el tostado y la distribución en cafeterías, con el objeto de abarcar diferentes eslabones de la cadena de comercialización del producto y aprovechar las ganancias obtenidas en esos eslabones.

b) Productos alternativos con potencial de mercado

El fin de esta diversificación es de disminuir la dependencia del café cultivando productos alternativos con mercado a nivel nacional o internacional. Estos productos no son necesariamente exóticos. Pueden ser productos que se dan en la región y que están subutilizados.

c) Servicios hídricos

El fin es de reducir la deforestación en las zonas cafetaleras y sus consecuencias negativas a través de un pago por mantener o sembrar sombra en los cafetales. El pago por servicios globales (como el secuestro de carbono) es posiblemente menos asequible que el pago por servicios locales como la protección de cuencas, agua y suelos. El mercado del Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL) en el marco del Protocolo de Kioto, se ve, por ejemplo, muy restringido para la agroforestería de café como consecuencia de las modalidades y procedimientos, decididos a nivel internacional, que son complicados y favorecen más los proyectos forestales. Otros mercados voluntarios para el carbono son menos complicados pero lo difícil es encontrar el comprador. Por lo tanto, parece ser más factible dirigirse hacia el pago por servicios locales como los servicios hídricos. Estos, además, parecen ser más sostenibles ya que necesariamente involucran a todos los actores del desarrollo de la zona con reglas del juego que no dependen de una decisión de países ajenos.

9. Diversificar los ingresos de los productores de Biscucuy

Muchas de las acciones de la alcaldía y de las instituciones implicadas en el sector cafetalero de Biscucuy, cuyo esfuerzo hay que saludar, están enfocadas hacia la diversificación de las actividades de los productores (producción de café de calidad, de bambú o hongos...). Son principalmente acciones de desarrollo. Contemplan equipamiento (unidades de beneficiado, laboratorio de catación, tostadora...), capacitaciones y asistencia técnica (barismo, catación, producción, beneficiado, tostado, cultivo de hongos, artesanías de bambú...), aspectos organizativos y comerciales (constitución de asociaciones y de cooperativas como la cooperativa "Grano de Oro", constitución de redes, iniciativa de protección del nombre de Biscucuy...)...Estas acciones deben de seguir. Para reforzarlas, se sugiere armar uno o más proyectos, que podrían tener una duración de cuatro años, sobre las tres opciones de diversificación mencionadas en el punto anterior. A nuestro parecer, los proyectos deben contemplar actividades de investigación con el fin de sustentar los proyectos de desarrollo en curso. Se propone una estructuración en tres componentes como sigue:

a) Medir el potencial de la zona cafetalera de Biscucuy, desde el punto de vista ambiental principalmente, para diferentes productos y servicios

El potencial para producir productos y servicios no es idéntico en toda la zona de Biscucuy. Hay posiblemente áreas que, desde el punto de vista ambiental específicamente, no se prestan para algún cultivo o servicio (por ejemplo café de calidad) y al contrario áreas que sí se prestan. Este componente debe permitir identificar esas diferentes áreas. Para café, se puede esperar que la zonificación ayude a la delimitación geográfica de una futura IG.

b) Evaluar y normar, cuando sea posible, las prácticas que aseguren la producción de los productos y servicios antes mencionados

El ambiente es importante, pero no suficiente (ver punto 4.). Es necesario identificar las buenas prácticas que permiten aprovechar de la mejor manera el potencial del ambiente, e incluirlas si es posible en normas, como por ejemplo en la normativa de una futura IG para el café de Biscucuy.

c) Identificar mercados (posiblemente de nicho) para estos productos y servicios, y relacionar productores con los mercados

De nada sirve producir productos y servicios diversificados si no hay un mercado para esos productos. Los actores del mercado deben involucrarse plenamente en todos los componentes del proyecto.

Las actividades que podrían desarrollarse en los componentes antes mencionados están descritas en forma concisa en los anexos I, II y III.

10. Conclusión

El contexto del mercado del café en Venezuela es difícil, especialmente para productores que proponen un producto de calidad. La situación actual les obliga a abarcar diferentes eslabones de la cadena de comercialización y aprovechar las ganancias obtenidas en esos eslabones para poder valorizar su producto. Esto supone cambiar de oficio y correr riesgos importantes. El contexto es difícil y también parece ser inestable. Las reglas establecidas hoy podrían cambiar mañana (una posible apertura hacia la exportación ? durante cuanto tiempo ?), lo que hace muy complicado la elaboración de estrategias a mediano y largo plazo. En ese contexto de mercado difícil e inestable, las primeras iniciativas de producción de café calidad en Biscucuy seguramente no ameritan el reconocimiento de una Indicación Geográfica, al menos no inmediatamente. Lo más importante es trabajar sobre el posicionamiento de este producto de calidad en el mercado, a nivel nacional primero ya que esto es lo que está a su alcance actualmente. La tarea será ardua indudablemente. Por lo cual se sugiere también un proceso de diversificación a través del desarrollo de productos alternativos y de servicios hídricos.

Las acciones propuestas tienen un contenido científico relativamente importante, pensando que esto es necesario para sustentar los proyectos de desarrollo llevados a cabo por la municipalidad de Biscucuy. Para la conducción de estas acciones, es necesario realizar alianzas con organismos de investigación nacionales o extranjeros, aprovechando las oportunidades de

becas a través del programa PCP-ECOSNORD (Francia) o del fondo FUNDAYACUCHO (Venezuela). Diferentes unidades de investigación del CIRAD tienen competencia en las temáticas presentadas en los anexos, y se sugiere contactarlas para eventuales colaboraciones.

Anexo I : Propuesta de actividades para el café de calidad

	<i>Actividad</i>	<i>Justificación y objetivo</i>	<i>Metodología resumida</i>	<i>Productos esperados</i>
<i>Medir el potencial de la zona cafetalera de Biscucuy, desde el punto de vista ambiental, para café de calidad</i>	Historia del café de Biscucuy y su fama	El café de Biscucuy, tal vez, haya alcanzado cierta fama en el pasado. Se tratará de averiguar cuando eso sucedió y donde se ubicaba el café en esa época.	Investigación histórica y encuestas a actores de la cadena	Documento explicando la historia del café de Biscucuy, la evolución de la calidad y su fama
	Caracterización química (especialmente precursores de la calidad) y sensorial de los cafés de la zona de Biscucuy	El café de Biscucuy es probablemente heterogeneo debido a las condiciones ambientales de la zona que no son uniformes. Se tratará de averiguar el impacto del ambiente (especialmente altura, pero también vertiente etc...) sobre las características del producto.	Muestreos a nivel de campo y beneficio y caracterización del ambiente*	Perfiles sensoriales del café de Biscucuy dependiendo de su procedencia exacta y de las características ambientales
<i>Evaluar, y normar cuando sea posible, las prácticas que aseguren la producción de café de calidad</i>	Caracterización sociotécnica y socioeconómica de las fincas cafetaleras de la zona de Biscucuy	El café no se produce de la misma manera en toda la zona de Biscucuy. Es importante conocer los diferentes sistemas de cultivo antes de proponer cualquier cambio que podría afectar a numerosos productores.	Censo cafetalero	Estadísticas sobre las características sociotécnicas y socioeconómicas de las fincas cafetaleras de Biscucuy
	Evaluación del efecto de prácticas de manejo sobre la calidad (química incluyendo ocratoxinas, sensorial) del café	La calidad del café puede variar en función de factores de manejo. Se tratará de averiguar el impacto de estos factores (especialmente sombra, variedad, beneficiado) sobre las características del producto.	Muestreos a nivel de campo y beneficio y caracterización del manejo*	Perfiles sensoriales y características químicas del café de Biscucuy dependiendo del manejo
	Elaboración de reglas para la producción de café de calidad en Biscucuy en forma participativa basándose en la norma de cosecha y beneficiado del "Grano de Oro" y en los resultados de investigación	Los resultados de las actividades anteriores deben ayudar a la elaboración de reglas para la producción de café de calidad en la zona de Biscucuy. Estas reglas pueden servir de base para el pliego de condiciones de una futura IG.	Reuniones de trabajo con representantes de la cadena de producción y de comercialización del café de Biscucuy para la elaboración de reglas de producción de café de calidad Actos de divulgación y validación de estas reglas con amplia participación del sector cafetalero de Biscucuy	Propuestas de normas para la producción de café de calidad acordadas por los diferentes actores de la cadena de producción y comercialización del café de Biscucuy

<i>Identificar nichos de mercado para café de calidad y relacionar productores con los mercados</i>	Relacionar productores con nichos de mercado	Los actores del mercado deben involucrarse con el fin que los productores tomen en cuenta sus demandas.	Asociar a los actores del mercado en las actividades de caracterización sensorial, elaboración de normas... Explorar opciones de diferenciación del producto de acuerdo al mercado y a la legislación nacional	Vínculos establecidos con los actores del mercado y demandas de ese sector consideradas
	Facilitar el acceso a la información sobre el café de Biscucuy con datos de los integrantes de la cooperativa “Grano de Oro” y de los que produzcan café de calidad (características ambientales, manejo, perfiles sensoriales etc...)	La información sobre las características del café de Biscucuy y las condiciones de su producción deben de estar disponibles y accesibles en forma fácil con el fin de facilitar las relaciones comerciales.	Mapear la calidad y ubicar los productores de café de calidad en el mapa con información sobre el café y sus condiciones de producción. Construir una página web que permita acceder a esa información.	Base de datos con información de calidad, ambiente y manejo Mapa de calidades Sistema de Información Geográfica accesible por internet Página web elaborada y actualizada
* Las mismas muestras pueden servir para estas actividades				

Anexo II : Propuesta de actividades para productos alternativos

	<i>Actividad</i>	<i>Justificación y objetivo</i>	<i>Metodología resumida</i>	<i>Productos esperados</i>
<i>Medir el potencial de la zona cafetalera de Biscucuy, desde el punto de vista ambiental, para la producción de productos alternativos</i>	Identificación de productos locales subutilizados y descripción de los ambientes en los que se dan	Es ciertamente más fácil diversificar con productos conocidos por los productores que con productos exóticos. El objeto es de identificar los productos subutilizados y relativamente comunes en la zona.	Encuesta a productores	Inventario de los productos presentes, semicultivados o subutilizados en la zona de Biscucuy
	Identificación de los cultivos que por cuestiones ambientales podrían darse en la zona de Biscucuy	Posiblemente algunos productos exóticos para la zona (como el cacao por ejemplo) sean de gran interés. El objeto es de inventariar los productos que podrían cultivarse en Biscucuy por sus condiciones ambientales propicias.	Revisión de bibliografía Consulta de bases de datos y de sistemas expertos	Inventario de los productos “exóticos” que podrían cultivarse bajo las condiciones de Biscucuy
<i>Evaluar, y normar cuando sea posible, las prácticas que aseguren la producción de esos productos</i>	Documentar el conocimiento sobre estos cultivos	Para los productos de mayor interés y relativamente difundidos aunque subutilizados, puede probablemente rescatarse algún conocimiento local sobre la forma de cultivarlos. Este conocimiento local debe completarse o mejorarse con conocimientos técnicos.	Encuesta a productores Revisión de bibliografía Consulta de bases de datos y sistemas expertos	Prácticas agrícolas para los productos de mayor interés adaptadas a las condiciones de Biscucuy
<i>Identificar nichos de mercado para esos productos y relacionar productores con los mercados</i>	Relacionar productores con nichos de mercado	Los actores del mercado deben involucrarse con el fin que los productores tomen en cuenta sus demandas.	Asociar a los actores del mercado en las actividades de diversificación	Vínculos establecidos con los actores del mercado y demandas de ese sector consideradas
	Facilitar el acceso a la información sobre los productos de Biscucuy	La información sobre los productos de Biscucuy y las condiciones de su producción deben de estar disponibles y accesibles en forma fácil con el fin de facilitar las relaciones comerciales.	Integrar información sobre productos alternativos en la página web de café.	Base de datos con información sobre productos alternativos, ambiente y manejo Mapa de productos alternativos Sistema de Información Geográfica accesible por internet Página web elaborada y actualizada

Anexo III : Propuesta de actividades para servicios hídricos

	<i>Actividad</i>	<i>Justificación y objetivo</i>	<i>Metodología resumida</i>	<i>Productos esperados</i>
<i>Medir el potencial de la zona cafetalera de Biscucuy para la producción de servicios hídricos</i>	Estudiar los cambios de uso del suelo en el area de Biscucuy	Los cambios del uso del suelo (de bosques o sistemas agroforestales a monocultivos perennes o anuales) pueden explicar la degradación de los servicios hídricos. El objeto es de cuantificar las areas con bosques, las areas con sistemas agroforestales y los otros usos del suelo en la zona de Biscucuy.	Estudio historico del uso del suelo Análisis de fotos aéreas de diferentes épocas Mapeo del uso del suelo	Evolución de los usos del suelo en los últimos 20-30 años Proyecciones a futuro con y sin medidas de protección Mapas de uso del suelo
	Documentar los problemas del uso del agua en el area de Biscucuy	El interés de los usuarios por el pago de servicios hídricos crece a medida que los problemas son más importantes o cuando se prevee que van a crecer. El objeto es de documentar estos problemas.	Encuesta a usuarios : empresas hidroeléctricas, agroalimentarias, plantas de tratamiento, ciudadanos de las partes bajas, municipalidades... Recopilación de información sobre la calidad del agua, abastecimiento, inundaciones, acumulación de sedimentos...	Inventario de los problemas del uso del agua en los últimos 10-15 años Proyecciones a futuro con y sin medidas de protección
<i>Evaluar, y normar cuando sea posible, las prácticas que aseguren la producción de los servicios hídricos</i>	Caracterización de los sistemas agroforestales a base de café en cuanto a su sombra	Los sistemas agroforestales son muy variados. Los servicios que prestan dependen de la naturaleza de los árboles de sombra, de su densidad... El objeto es de construir una tipología de sistemas agroforestales en la zona de Biscucuy.	Caracterización por encuesta	Tipología de sistemas agroforestales a base de café en la zona de Biscucuy
	Evaluar el efecto de los sistemas agroforestales a base de café sobre la cantidad y calidad del agua, y sobre la erosión	Los servicios hídricos prestados por los sistemas agroforestales a base de café aunque conocidos no están cuantificados. Esta cuantificación es importante para lograr una buena remuneración.	Estudios sobre el balance hídrico (infiltración, escorrentía, evapotranspiración) y la erosión en diferentes condiciones de uso del suelo (cafetales al sol, cultivos anuales, sistemas agroforestales a base de café, bajo sombra, bosques)	Cuantificación de los servicios hídricos prestados por los sistemas agroforestales a base de café

<p><i>Identificar mercados para los servicios hídricos y relacionar productores con los mercados</i></p>	<p>Relacionar productores con el mercado del agua</p>	<p>Las inversiones en la protección de la cuenca pueden ser más económicas que las inversiones aguas abajo para contrarrestar los efectos negativos de la deforestación. Los usuarios del agua deben concientizarse sobre este punto y las autoridades deben tomar medidas para facilitar el pago por los servicios hídricos prestados por las fincas cafetaleras.</p>	<p>Asociar a los usuarios del agua y a las autoridades competentes en las actividades sobre los servicios hídricos prestados por los sistemas agroforestales a base de café Estudio sobre los costos de las inundaciones, remoción de sedimentos, pérdidas por deficiencia de riego... Encuesta a usuarios del agua sobre la disponibilidad a pagar Desarrollar con las autoridades competentes una propuesta de remuneración de las fincas cafetaleras por servicios hídricos</p>	<p>Vínculos establecidos con los actores del mercado del agua Evaluados los costos relativos a los efectos negativos de la deforestación sobre el agua. Evaluada la disponibilidad a pagar por los usuarios del agua Propuesta de un sistema oficial de remuneración por servicios hídricos</p>
--	---	--	---	--